CANADEXPORT

Volume 24 > Numéro 9

www.canadexport.gc.ca

15 mai 2006

DANS CE NUMÉRO > LES ENTREPRISES DE PRODUITS ALIMENTAIRES ET DE BOISSONS MIJOTENT DES AFFAIRES >

Des occasions d'affaires fabuleuses au Moyen-Orient et en Afrique du Nord

Les entreprises canadiennes sont parties prenantes d'un vaste éventail de projets ambitieux d'infrastructure, de technologie et de construction au Moyen-Orient et en Afrique du Nord.

Mais ce qui compte le plus pour les entreprises canadiennes faisant affaire dans la région, ce sont les gens.

Les investissements effectués dans certains secteurs — bon nombre d'entre eux comptant une participation canadienne — ont une dimension spectaculaire incontestable. En Libye, la construction d'un aqueduc de 27 milliards de dollars, devant acheminer sur une distance de 4 000 km l'eau des réserves fossiles du Sud vers les villes peuplées de la côte septentrionale méditerranéenne, est bien avancée. Aux Émirats arabes unis, la « cité des soins de santé », bâtie sur une superficie de 500 acres à Dubaï, associe soins médicaux haut de gamme, logements résidentiels et centres commerciaux.

Les entreprises canadiennes sont des acteurs importants dans cette région qui regroupe 20 pays, aux cultures séculaires, et qui regorge de ressources en pleine expansion. Elles sont parties prenantes dans la concrétisation de ces ambitions grandioses de diversification économique et d'amélioration des conditions sociales. Les exportations de produits du Canada vers la péninsule arabique ont grimpé de 42 % entre 1998 et 2004 pour atteindre 1,3 milliard de dollars; parallèlement, les exportations de services et de savoir-faire ont atteint un montant similaire.

Du Golfe jusqu'aux pays du Maghreb, en Afrique du Nord, en passant par le Levant, les petites et moyennes entreprises, ainsi que les grandes sociétés, sont en train d'effectuer une percée sur toute une gamme de marchés. En Libye, par exemple, l'Autorité de la grande rivière artificielle (Great Manmade River Authority) s'est adressée à des entrepreneurs canadiens pour la fourniture de leur technologie permettant de repérer les fissures dans les conduites d'eau en béton précontraint.

En 2000, après avoir remporté ses premiers succès sur le marché américain, Pressure Pipe Inspection Company, située en Ontario, a retenu l'attention des gestionnaires du projet d'aqueduc libyen, qui se trouvait aux prises, lors de la première phase, avec de multiples et coûteux problèmes de fissures et de ruptures de la ligne souterraine. « Dès notre arrivée, grâce à une solide technologie qui a fait ses preuves, nous nous sommes bâti rapidement une excellente réputation », rappelle Brian Mergelas, président de la société.

Ce n'est pas un mirage : le puits de 700 mètres de profondeur de SNC-Lavalin dans le désert du Sahara pompe la nappe phréatique de Libye. Les débouchés abondent pour d'autres entreprises canadiennes.

Suite à la page 3 - Les relations de confiance

Les honneurs pleuvent sur les viticulteurs canadiens!

Des viticulteurs canadiens ont remporté récemment les premiers prix à une compétition internationale de vin en Italie, ce qui devrait encourager les négociants en vin de partout au pays.

En fait, jamais le Canada n'avait aussi bien fait! Des vins de la péninsule du Niagara et de la vallée de l'Okanagan ont remporté quatre des prix les plus convoités : les grandes médailles d'or. Le Canada s'est en outre vu décerner une médaille d'or, une d'argent et une de bronze et 20 mentions spéciales.

Vinitaly, qui se tient dans le premier pays viticole du monde, est considéré par les viticulteurs comme l'événement le plus prestigieux de l'année. Quelque 3 500 vins produits dans 30 pays ont été présentés cette année dans le cadre du volet international du salon.

Le Prix spécial Vinitaly 2006, qui est le deuxième prix en importance du salon, est allé à la maison Jackson Triggs Vintners Okanagan Estate.

De plus, la maison a remporté deux grandes médailles d'or, l'une pour le syrah Sun Rock Vineyard 2003, l'autre pour le cabernet sauvignon Grand Reserve 2002.

Les deux autres grandes médailles d'or sont allées à la maison Pillitteri Estate Winery, située à Niagara-on-the-Lak , pour son vin de glace Vidal Icewine 2004 et son vin de glace pétillant Vidal Sparkling Icewine. Le viticulteur Magnotta Winery Corporation, de Vaughan, en Ontario, a lui aussi remporté une médaille d'or pour son vin de glace Riesling Icewine 2003.

L'ambassadeur du Canada en Italie, Robert Fowler, et la consule générale du Canada à Milan, Margaret Huber, étaient sur place pour féliciter les entreprises canadiennes participantes.

Renseignements : PierPaolo Chicco, consulat général du Canada à Milan, tél. : (011-39-02) 67-58-34-53, courriel : ital-td@international.gc.ca.

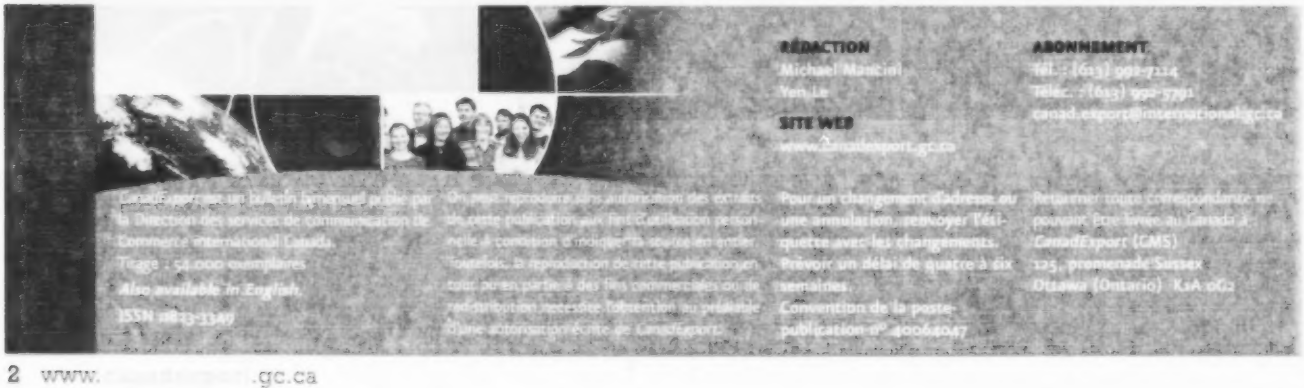
Erratum

Numéro : 15 mars 2006

Article : *La Direction des marchandises contrôlées - Renforcer le contrôle du commerce de la défense au Canada* (page 3)

Deux nombres ont été inversés dans la première phrase de l'article, qui semblait ainsi indiquer que le Canada avait enregistré un déficit commercial avec les États-Unis en 2003. Il aurait fallu lire :

« En 2003, le Canada a importé pour environ 282 milliards de dollars de produits et de services en provenance des États-Unis et en a exporté aux États-Unis pour environ 366 milliards de dollars. »



RÉDACTION
Michael Mancini
Yen Le

SITE WEB

ABONNEMENT
Tél. : (613) 992-7224
Téléc. : (613) 992-5791

Pour un changement d'adresse ou une annulation, remplir l'étiquette avec les changements. Prévoir un délai de quatre à six semaines.
Convention de la poste-publication n° 40064047

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (CMS)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2

Le contenu de cette publication peut être reproduit en tout ou en partie à des fins commerciales ou de radiodiffusion sans autorisation écrite de CanadExport.

Les relations de confiance font avancer les choses - suite de la page 1

Sur une plus grande échelle, le géant de l'ingénierie et de la construction, la société SNC-Lavalin, a été recruté pour le forage d'un puits de 700 mètres de profondeur dans le désert du Sahara, devant servir au captage de la nappe phréatique de Libye pour les besoins de l'aqueduc. Depuis, l'entreprise qui a son siège à Montréal n'a cessé de remporter des marchés de plus en plus importants dans le cadre du projet.

« Vous faites un projet, puis un autre, et le fait que vous soyez là vous donne un avantage », explique Sami Bébawi, vice-président exécutif de SNC-Lavalin. Les partenaires locaux sont des alliés clés qui permettent aux Canadiens de comprendre les conditions sur le terrain, ajoute M. Bébawi. Cela dit, fait-il remarquer, pour gagner la confiance du client, rien ne remplace les négociations face à face et les contacts sociaux informels.

Des projets faciles?

Néanmoins, M. Bébawi qui a quitté l'Égypte pour s'installer au Canada, voilà 33 ans, et qui parle plusieurs langues, dont l'arabe, l'anglais, le français et l'espagnol, prévient que l'ampleur et le rythme stupéfiants des mégaprojets de la région — qu'il s'agisse de l'expansion gazière en Algérie, de la rénovation urbaine au Koweït ou des complexes de divertissement géants à Dubaï — pourraient donner une fausse impression de profits faciles.

« Il y a beaucoup d'argent et beaucoup de projets, mais la concurrence est farouche », dit M. Bébawi, dont l'entreprise s'est implantée dans la région dans les années 1970 et y dispose maintenant de cinq bureaux permanents. « N'allez pas croire qu'il s'agit d'une grosse prise facile. »

Ceux qui réussissent dans la région soulignent l'importance des relations personnelles. « Les décisions sont souvent prises par un petit groupe de gens; par conséquent, si vous avez des liens de conseiller de confiance avec les décideurs, les choses peuvent aller rapidement », observe Jim Metcalfe, président et PDG de Cansult Ltd. L'entreprise, dont le siège est à Markham, en Ontario, et qui est spécialisée en ingénierie et en gestion de projet, réalise 75 % de son chiffre d'affaires total dans le monde arabe et a quatre bureaux permanents aux Émirats arabes unis et au Qatar.

« Bâtir ces relations avec différentes cultures et surmonter les barrières linguistiques peuvent prendre du temps, mais une fois établies, elles sont très durables et très puissantes », ajoute M. Metcalfe, un vétéran qui compte 32 ans dans la région et qui vit maintenant à Abou Dhabi.

Pour les entreprises canadiennes qui travaillent dans la région, les relations d'affaires peuvent commencer de manière peu conventionnelle. En 2001, Ocean Nutrition Canada, établie à Halifax, a rencontré Noritech Seaweed Biotechnologies Ltd., de Haïfa, en Israël, par le biais d'une société spécialisée dans le jumelage d'entreprises, la Canada-Israel Industrial Research and Development Foundation. Créée en 1994 grâce à des capitaux de lancement provenant des deux pays, la Fondation fait le jumelage d'entreprises appelées à collaborer dans le cadre de nouveaux projets prometteurs sur le plan commercial. Par exemple, Ocean Nutrition possède une expertise dans le marché des suppléments et de l'alimentation tandis que Noritech est spécialisée dans la culture des algues nori dans des conditions contrôlées. La conjugaison de leur expertise pourrait aboutir à la production commerciale de nouveaux aliments santé à base d'algues.

« Il y a beaucoup d'argent et beaucoup de projets, mais la concurrence est farouche », dit Sami Bébawi, vice-président exécutif de SNC-Lavalin.

« Le jumelage est un élément essentiel du succès », déclare Colin Barrow, vice-président, Recherche et développement, de la société Ocean Nutrition. L'entreprise qui est tributaire de l'exportation n'avait auparavant aucun lien avec le dynamique secteur de la biotechnologie d'Israël qui est bien financé, mais par le biais de Noritech elle a rencontré d'autres investisseurs israéliens désireux d'exploiter le marché mondial en plein essor des aliments santé.

Investir dans les gens

Peu importe comment se présentent les débouchés – ni l'endroit où ils se trouvent – les entreprises canadiennes chevronnées offrent le même conseil aux nouveaux venus éblouis par la perspective du pactole financier dans la région : investir dans les gens et dans les relations. « Vous commencez par de petites choses, mais vous tenez vos engagements, vous répondez aux attentes et, petit à petit, on vous témoignera beaucoup de respect », ajoute M. Bébawi, de SNC-Lavalin.

À l'instar des autres, il entrevoit un brillant avenir pour le Canada dans cette région en voie de modernisation accélérée. « Les débouchés sont faramineux », dit-il. « Il appartient aux Canadiens de décider quelle part du gâteau ils veulent avoir. »

Patrimoine canadien et le Délégué commercial virtuel : un partenariat pour promouvoir les exportations culturelles du Canada

Patrimoine canadien (PCH), en partenariat avec le Délégué commercial virtuel (DCV), offre aux PME un accès en ligne à un service de promotion de l'exportation dans les secteurs des arts et de la culture dans le cadre du programme Routes commerciales (RC).

PCH, par l'entremise du programme RC, vise à soutenir l'exportation de produits et de services culturels canadiens et à accroître le nombre d'exportateurs canadiens dans ce secteur.

RC aide les PME canadiennes à développer stratégiquement leur capacité d'exportation et à vendre leurs produits à l'étranger. Ainsi, les PME peuvent recevoir du soutien pour entrer sur un marché, de l'aide sur place, un soutien financier (grâce à un programme de contributions) et des renseignements (grâce à un programme de recherche). Le soutien est offert dans tous les secteurs culturels : cinéma, télévision, nouveaux médias, édition, musique et enregistrement sonore, arts de la scène, design, arts visuels, métiers d'art et patrimoine.

Réussir sur les marchés mondiaux : tout dépend des personnes que vous connaissez!

Grâce au DCV, vous pouvez établir des relations avec les conseillers de PCH affectés au programme RC et dont le mandat est de servir les industries culturelles à partir des bureaux régionaux de Commerce international Canada d'un bout à l'autre du pays et des missions du Canada à l'étranger.

Au Canada, les conseillers de PCH/RC offrent un appui pour accéder aux marchés internationaux aux PME des arts et de la culture qui sont prêtes à exporter ou qui veulent accroître leurs ventes à l'exportation. Ils offrent aux entrepreneurs des conseils dans les domaines de l'exportation et du développement des compétences. Les conseillers travaillent avec diverses organisations pour établir des alliances productives avec les partenaires clés des industries culturelles. Par exemple, le conseiller à St. John's a réuni des recruteurs de talents et des délégués étrangers à la manifestation-conférence du Canada atlantique, Contact East. Résultat? Des ententes ont été signées et des engagements ont été pris par les recruteurs et délégués étrangers en vue de revenir au Canada afin de participer à d'autres activités.

Les conseillers en poste à l'étranger affectés au programme de PCH/RC assurent une aide sur place aux entreprises artistiques et culturelles désireuses d'exporter leurs produits vers des marchés déterminés. Ces conseillers font la promotion des entreprises en question et communiquent avec des partenaires potentiels dans l'industrie. Ils travaillent aussi avec des partenaires locaux à la recherche de contacts au Canada.

Par exemple, le conseiller à Paris a pris les arrangements voulus pour que le commissaire général d'ARTéNÎM — l'un des plus importants salons d'art en Méditerranée — assiste, à Montréal, au Salon du printemps de l'Association des galeries d'art contemporain. Grâce à cette initiative, et pour la première fois, 10 artistes canadiens ont été invités à ARTéNÎM.

Les conseillers de PCH/RC, au Canada comme à l'étranger, ont une connaissance approfondie de l'exportation dans les secteurs culturels et savent comment promouvoir les contenus canadiens sur les marchés étrangers.

Participer au Programme de contributions RC

Vous pouvez accéder à des renseignements sur le Programme de contributions RC en vous adressant au DCV. Ce programme offre du financement pour aider les organismes artistiques et culturels à mieux se préparer à exporter et à accroître leur potentiel de vente sur le marché international. Grâce à ce programme, vous pouvez obtenir un appui stratégique des activités suivantes : participation à des salons d'intérêt pour vous, conception d'outils novateurs sur place, missions commerciales et missions d'acheteurs, visites sur de nouveaux marchés et réseautage.

Accroître votre avantage concurrentiel

Le DCV vous met en contact avec un nombre plus important que jamais de spécialistes du commerce international, aidé en cela par un nombre sans cesse plus grand de partenariats avec des ministères et organismes spécialisés dans la promotion commerciale : Agriculture et Agroalimentaire Canada, Exportation et développement Canada, Commerce international Canada, la Corporation commerciale canadienne et PCH. Votre DCV est un outil commercial et informatif en ligne bien affûté et de plus en plus rentable. Et plus vous ferez appel à lui, plus augmenterez vos chances de succès sur les marchés mondiaux.

Pour en savoir plus, consultez le site Web suivant :

Les entreprises de produits alimentaires et de boissons mijotent des affaires et misent sur la diversité

Plusieurs entreprises de Fortune 500 aux États-Unis appliquent le principe de la diversification des fournisseurs dans leurs activités, ce qui aide les femmes et les membres des minorités visibles propriétaires d'entreprises à percer sur le marché des États-Unis.

Le programme de diversification des fournisseurs élargit les débouchés des entreprises nord-américaines appartenant à des membres des minorités visibles. Les entreprises doivent obtenir une attestation d'admissibilité en s'adressant, aux États-Unis, au National Minority Business Supplier Development Council (NMBSDC) et, au Canada, à l'organisation nouvellement créée, le Conseil canadien des fournisseurs autochtones et de minorités visibles.

Ainsi, les fournisseurs de produits alimentaires qui participent à de tels programmes aux États-Unis bénéficient souvent des avantages suivants : réduction ou abolition des frais d'étalage, facilitation de l'accès aux supermarchés participants et aide dans la recherche d'un distributeur.

C'est pourquoi le gouvernement du Canada et la ville de Toronto ont organisé le mois dernier, pour la première fois au Canada, un événement commercial pour aider les femmes et les membres des minorités visibles qui fabriquent des produits alimentaires et des boissons à se faire connaître des acheteurs représentant deux chaînes de supermarchés des États-Unis.

Dans leurs exposés aux entreprises participantes, les représentants du Conseil et du Food Marketing Institute (FMI) ont insisté sur la visibilité croissante du programme au Canada et de son importance dans le secteur de la vente au détail aux États-Unis.

Ont participé à l'événement à Toronto le directeur du programme de diversification des fournisseurs du FMI (qui a son siège à Washington, D.C.) et deux acheteurs des deux plus grandes chaînes de supermarchés des États-Unis, Safeway et Ahold USA. Ensemble, ces deux acheteurs sont responsables de tous les achats auprès des fournisseurs cibles des 3 000 supermarchés que comptent les deux chaînes d'un bout à l'autre du pays.

Après la promotion, l'acheteur d'Ahold transmettait au consulat général du Canada à Philadelphie une liste de 50 produits sous marque de distributeur pour lesquels la chaîne veut un conditionnement à forfait, assuré de préférence par des entreprises appartenant à des femmes ou à des membres des minorités visibles au Canada.

Dans le cadre de cette promotion de deux jours, les participants américains ont pu visiter différents magasins d'alimentation de la région de Toronto et voir sur les rayons de ces commerces bon nombre des produits qui leur ont été présentés le lendemain par les entreprises participantes.

De plus en plus de débouchés pour les « fournisseurs de la diversité » aux États-Unis.

Outre la présentation, les 25 entreprises ont obtenu d'excellents renseignements dans le cadre de leurs réunions en tête-à-tête avec les acheteurs américains. Certains participants se sont fait donner le nom d'acheteurs d'autres produits pour les chaînes Safeway et Ahold, et ils en ont été ravis. Grâce à cette activité, les entreprises participantes prévoient, au cours des 12 prochains mois, réaliser des ventes d'environ 6,6 millions de dollars auprès des deux chaînes. Tous les participants canadiens se sont montrés très intéressés à prendre part de nouveau à des promotions semblables avec des acheteurs américains ayant un programme de diversification des fournisseurs.

Renseignements : Cynthia Stevenson, ambassade du Canada à Washington, D.C., courriel : cynthia.stevenson@international.gc.ca.

Brunéi Darussalam – au-delà du pétrole et du gaz

Brunéi Darussalam, un sultanat de 370 000 habitants riche en hydrocarbures, est le troisième producteur pétrolier du Sud-Est asiatique et le quatrième au monde pour ce qui est du gaz naturel liquéfié. Depuis la découverte des premiers gisements en 1929, l'industrie du pétrole et du gaz est la principale source de revenus du pays, assurant plus de 40 % de son produit intérieur brut (PIB). Le Brunéi cherche toutefois à diversifier son économie afin de la transformer en une destination favorable à l'investissement étranger.

Vue d'ensemble

Pays où règne la stabilité économique et politique, il peut se targuer d'un taux d'alphabétisation d'environ 92 % et d'un des niveaux de vie les plus élevés dans cette région.

Grâce à sa situation dans la mer de Chine méridionale, grâce aussi à un régime d'investissement

et à une fiscalité favorables, Brunéi offre des conditions idéales aux entreprises désireuses d'y investir.

Pour attirer les capitaux, le gouvernement a créé le Brunei International Financial Offshore Centre en 2000. La Banque Royale du Canada était la première institution financière étrangère à s'y implanter, bientôt suivie de six autres banques étrangères. Après les hydrocarbures, la fabrication textile et la transformation des produits de la mer sont au nombre des secteurs qui contribuent au PIB.

En 2001, les autorités du pays ont rétabli le Brunei Economic Development Board (BEDB), organe d'État créé en vertu d'une loi spéciale, lui confiant la tâche de stimuler la croissance économique et d'attirer les investissements étrangers directs en misant sur les ressources énergétiques du Brunéi.

Le BEDB a entrepris de s'acquitter de son mandat en annonçant une stratégie en deux volets destinée à attirer 5,3 milliards de dollars en nouveaux investissements et à créer environ 6 000 emplois permanents d'ici 2008. Le premier volet consiste à transformer le secteur de Sungai Liang en un complexe industriel de calibre mondial pour l'industrie pétrochimique et la fabrication, tandis que le second repose sur l'aménagement à Pulau Muara Besar d'un port en eaux profondes pour la manutention des conteneurs afin de pouvoir répondre aux besoins de plus en plus complexes de la navigation commerciale.

Une usine sera construite pour produire 2 000 tonnes d'ammoniac et 3 500 tonnes d'urée par jour. De plus, on envisage la construction d'une usine de production de méthanol d'une capacité de quelque 850 000 tonnes par année.

Pour ce qui est du projet de Pulau Muara Besar, le BEDB a lancé une campagne de promotion afin de trouver les partenaires voulus en vue de la construction d'un port de calibre mondial pouvant servir de plaque tournante pour le transbordement de conteneurs. Parmi les autres projets en voie de réalisation figurent la construction d'une aluminerie, celle d'une usine d'engrais et la mise sur pied d'un centre d'innovation pour les PME. Ce centre (SME Innovation Centre), dont l'achèvement est prévu pour juillet 2006, sera doté d'installations et de programmes de mentorat capables de servir 21 entreprises locales et coentreprises spécialisées dans les TI.

Débouchés

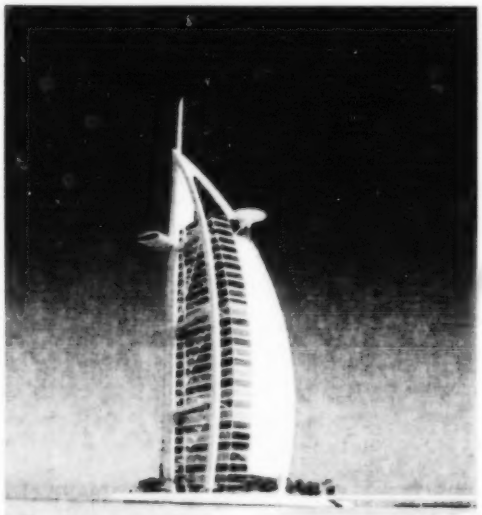
On s'attend à ce que les usines d'ammoniac, d'urée et de méthanol, l'aluminerie et les installations portuaires engendrent des débouchés secondaires.

Certains secteurs susceptibles de présenter un intérêt particulier pour les entreprises canadiennes : la production d'électricité et d'énergie (construction d'une centrale de plus de 1 000 mégawatts), l'environnement (usine de traitement des eaux et mise en valeur des terres), la construction de bâtiments, le développement des ressources humaines, les transports et les TIC.

Renseignements : haut-commissariat du Canada à Brunéi Darussalam, tél. : (011-673) 222-0043, téléc. : (011-673) 222-5422, courriel : bsbgn@international.gc.ca, site Web : www.brunei.gc.ca.

Cityscape 2006 : un salon vendeur pour les promoteurs

Dubaï, Émirats arabes unis, du 4 au 6 décembre 2006 > Depuis deux ans, **Cityscape**, une foire internationale consacrée à l'aménagement et aux investissements immobiliers, sert de vitrine aux fournisseurs canadiens de services de génie et d'architecture.



Pour les entreprises canadiennes de ce secteur désireuses de s'implanter ou d'élargir leur présence au Moyen-Orient, il s'agit là d'un rendez-vous incontournable. Rappelons que le secteur de la construction dans cette région vaut plus de 270 milliards de dollars et que les débouchés y sont nombreux. Parmi les entreprises canadiennes qui ont réussi à s'y imposer, mentionnons Cansult, Crang & Boake, HOK, NORR et Zas Architects.

Selon Phil Jones, vice-président de HOK Canada, « cette exposition, qui réunit en un seul endroit promoteurs, investisseurs et consultants, est unique en son genre. Pour se lancer sur ce marché, la participation à Cityscape est essentielle. »

La foire a attiré l'an dernier plus de 23 000 participants et 280 exposants venus de 85 pays. Les chiffres témoignent de sa croissance spectaculaire : par rapport à 2004, la participation a augmenté de 220 % tandis que la superficie d'exposition s'est accrue de 150 %. En trois jours, les transactions conclues par les participants ont atteint quelque 30 milliards de dollars, et bon nombre d'autres contrats sont en négociation. Cityscape est véritablement un tremplin incomparable pour cette industrie.

Cette année encore, Ontario Export sera l'hôte au pavillon du Canada, qui accueillera des cabinets d'ingénieurs et d'architectes.

Renseignements : Venky Rao, représentant outre-mer de l'organisateur, courriel : venkyrao@rogers.com, ou Al Hinton, Ontario Exports, courriel : al.hinton@edt.gov.on.ca, site Web : www.cityscape-online.com. La réservation des espaces d'exposition se fait selon le principe du premier arrivé, premier servi.

En Inde, les infrastructures risquent de ralentir la croissance

Pour poursuivre son développement, l'Inde doit transporter des personnes et des marchandises sur son territoire et à l'étranger. Malheureusement, les infrastructures indiennes sont en piteux état. En 2000, l'Inde avait le troisième réseau ferroviaire en importance dans le monde, mais il est dangereux, l'investissement y est faible, comme la productivité, et les tarifs sont trop bas. En outre, l'Inde transporte moins de voyageurs et de marchandises par avion que d'autres pays émergents. Et bien que le réseau routier indien s'étende sur plus de 3 millions de kilomètres — ce qui est nettement supérieur au réseau routier du Brésil, de la Chine ou du Canada — les routes sont mal entretenues et seulement 46 % sont asphaltées. Faut-il s'étonner que très peu de marchandises soient transportées par route. Ainsi, la médiocrité des infrastructures de transport risque de peser sur sa croissance et peut constituer un frein pour les entreprises qui voudraient y prendre de l'expansion.

Produit par la Direction de l'analyse des données courantes et structurelles, Bureau de l'économiste en chef. (www.international.gc.ca/eet)

Réseau routier (millions de km)

MANIFESTATIONS COMMERCIALES

Budapest, Hongrie
Du 9 au 17 septembre 2006
La **Budapest International Fair** est une manifestation multisectorielle où plus de 100 000 visiteurs sont attendus. Cette année, le thème du salon est l'« établissement d'une maison ».
Renseignements : Krisztina Molnar, ambassade du Canada en Hongrie, tél. : (011-36-1) 392-3360, téléc. : (011-36-1) 392-3390, courriel : krisztina.molnar@international.gc.ca, site Web : www.bnv.hu.

Santa Cruz, Bolivie
Du 22 septembre au 1er octobre 2006
Expocruz 2006 est le meilleur moyen d'annoncer, de présenter et d'exposer vos produits au marché sud-américain en pleine expansion. Ce salon est le plus grand salon multisectoriel international de la Bolivie, où plus de 2 000 exposants sont attendus.
Renseignements : Fexpocruz, Feria internacional de Santa Cruz, tél. : (011-591-3) 353-3535, téléc. : (011-591-3) 353-0888, courriel : feria@fexpocruz.com.bo, site Web : www.fexpocruz.com.bo.

Budapest, Hongrie
Du 9 au 12 octobre 2006
Central and Eastern European Rail 2006 est l'endroit idéal où pourront se rencontrer les cadres supérieurs des sociétés ferroviaires, les gestionnaires des infrastructures, les organismes de réglementation et les porte-parole des gouvernements de la région pour discuter des initiatives en cours et des plans futurs.
Renseignements : Krisztina Molnar, ambassade du Canada en Hongrie, tél. : (011-36-1) 392-3360, téléc. : (011-36-1) 392-3390, courriel : krisztina.molnar@international.gc.ca., site Web : www.rail-world.com.

Munich, Allemagne
Du 23 au 25 octobre 2006
Expo Real 2006 est l'endroit parfait pour établir des renseignementss avec les professionnels de l'immobilier de partout dans le monde. Plus importante réunion annuelle de l'industrie immobilière du pays, le salon attire des décideurs, des acteurs et des spécialistes internationaux de premier plan.
Renseignements : Canada Unlimited Inc., tél. : (416) 237-9939, téléc. : (416) 237-9920, site Web : www.canada-unlimited.com.

New York (New York)
Du 9 au 11 juillet 2006
Le **Summer Fancy Food Show** est une des plus grandes foires aux États-Unis dans le domaine des aliments de spécialité, avec plus de 30 000 visiteurs et quelque 2 000 exposants de partout dans le monde. Cette année, les exportateurs pourront exposer leurs produits au pavillon du Canada organisé par Agriculture et Agroalimentaire Canada.
Renseignements : Régine Clément, consulat général du Canada à New York, tél. : (212) 596-1650, téléc. : (212) 596-1793, courriel : cngny-td@international.gc.ca, site Web : www.newyork.gc.ca.

Chandigarh, Inde
Du 1er au 4 décembre 2006
Agrotech 2006 portera principalement sur l'industrie indienne en plein essor de la transformation des aliments. Cette foire agroalimentaire biennale est la plus importante du genre en inde.
Renseignements : Gurbans Sobti, consulat général du Canada à Chandigarh, tél. : (011-91-172) 5050-300, courriel : gurbans.sobti@international.gc.ca, site Web : www.agrotech-india.com.

Bondar Seri Begawan, Brunéi Darussalam
Du 30 juillet au 2 août 2006
Le East Asian Insurance Congress portera principalement sur la croissance et la rentabilité, et servira de tribune où les principaux défis auxquels se heurte l'industrie des assurances pourront être débattus. Les entreprises pourraient choisir d'assister à la conférence ou de faire partie du salon.
Renseignements : Peter Chen, Affaires étrangères et Commerce international Canada, tél. : (011-673) 222-0043, courriel : peter.chen@international.gc.ca, site Web : www.eaic2006bsb.com.bn.

Chiba, Japon
Du 30 août au 1er septembre 2006
Le **Jaima Show** devrait regrouper plus de 900 kiosques et attirer 20 000 visiteurs. C'est le salon sur les solutions et les outils analytiques du Japon, et la seule activité au Japon où sont exposées toutes les technologies analytiques.
Renseignements : Leslie Gill, ambassade du Canada au Japon, tél. : (011-81-3) 5421-6200, courriel : jpn.commerce@international.gc.ca, site Web : www.jaima.or.jp.

Buenos Aires, Argentine
Du 19 au 22 septembre 2006
Expo Comm Argentina est le principal salon des TI d'Amérique du Sud où se réunissent chaque fois plus de 24 000 entreprises argentines et internationales des industries des technologies de l'information et des télécommunications.
Renseignements : Barbara Brito, ambassade du Canada en Argentine, tél. : (011-54-11) 4808-1000, téléc. : (011-54-11) 4808-1111, courriel : bairs-commerce@international.gc.ca, site Web : www.expocomm.com.ar.

Le Service de renseignements de Commerce international Canada offre aux exportateurs canadiens des renseignements ministériels, des publications et de l'orientation. En voici les coordonnées : **1 800 267-8376** (région d'Ottawa : (613) 944-4000), ATS : (613) 944-9136, courriel : **enqserv@international.gc.ca**, site Web : **www.international.gc.ca**.

Retourner toute correspondance ne pouvant être livrée au Canada à :
CanadExport (CMS)
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Convention de la poste-publication nº 40064047